

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНТЕГРОВАНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Кафедра товарознавства, стандартизації та сертифікації

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**на тему: «ЕКСПЕРТИЗА ТА ТОВАРОЗНАВЧЕ ОЦІНЮВАННЯ ПИВА (на
прикладі торговельного підприємства «New Brew»)»**

Виконав: студент 2 курсу, групи 6 зТС
спеціальності: 076 – Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність

Волосюк М.В.

Керівник: Чурсіна Л.А.

Рецензент: Соболева Л.О.

Херсон – 2020

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет інтегрованих технологій
Кафедра товарознавства, стандартизації та сертифікації
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітньо-професійна програма Товарознавство та експертиза в митній справі

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Тіхосова Г.А
„_____” _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

ВОЛОСЮКА МИКОЛИ ВОЛОДИМИРОВИЧА

1. Тема роботи «Експертиза та товарознавче оцінювання пива (на прикладі торговельного підприємства «NewBrew»)»
керівник роботи д.т.н., проф. Чурсіна Людмила Андріївна,
затверджена наказом вищого навчального закладу від «14» вересня 2020 року № 485-с
2. Строк подання студентом роботи 05.12.2020 р.
3. Вихідні дані до роботи матеріали переддипломної практики та літературні джерела
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Розділ 1. Літературно- теоретична частина
Розділ 2. Експериментальна частина
Розділ 3 Аналіз результатів дослідження
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) 9 таблиць, 34 рисунки

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1-3	Чурсіна Л.А.		

7. Дата видачі завдання _____ 14.09.2020 р. _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Розділ 1. Літературно-теоретична частина	14.09.20. – 20.10.20.	
2	Розділ 2. Експериментальна частина та узагальнення результатів дослідження	20.10.20. – 20.11.20.	
3	Розділ 3. Аналіз результатів дослідження	20.11.20. – 03.12.20.	

Студент _____ Волосюк М.В.

Керівник роботи _____ Чурсіна Л.А.

РЕФЕРАТ

Дану кваліфікаційну роботу магістра виконано на тему: «Експертиза та товарознавче оцінювання пива (на прикладі торговельного підприємства «NewBrew»)».

У роботі проведено аналіз вітчизняного та світового ринку пива, подано загальну характеристику підприємницької діяльності ТП «NewBrew», вивчено асортимент продукції ТП «NewBrew», наведено методику проведення експертизи та товарознавчого оцінювання пива в умовах ТП «NewBrew», проведено товарознавче оцінювання пива з асортименту ТП «NewBrew» та проаналізувати результати проведених досліджень.

Пояснювальну записку до роботи викладено на 93 сторінках, вона містить 34 рисунки, 9 таблиць.

При виконанні даної роботи магістра було використано 21 літературне джерело.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ЛІТЕРАТУРНО-ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА	9
1.1. Аналіз вітчизняного та світового ринків пива.....	9
1.2. Формування товарознавчих характеристики пива в процесі виготовлення та способи їх вимірювання.....	22
РОЗДІЛ 2 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ЧАСТИНА	42
2.1. Загальна характеристика підприємницької діяльності торговельного підприємства «NewBrew».....	42
2.2. Асортимент продукції заводу «NewBrew».....	46
2.3. Експертиза та товарознавче оцінювання пива в умовах ТП «NewBrew».....	60
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ	72
3.1. Аналіз результатів проведення товарознавчого оцінювання пива ТП «NewBrew».....	73
3.2. Аналіз результатів товарознавчої оцінки пива за результатами опитування споживачів.....	82
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	90
ДОДАТКИ	92
ДОДАТОК А	92
ДОДАТОК Б	93

ВСТУП

Актуальність теми. Серед усіх алкогольних продуктів пиво посідає перше місце за продажами і становить 46,1 % у сегменті алкогольних напоїв [5]. Близько 61% населення України споживають пивні напої.

З них на чоловічу частину населення припадає 76 % та, відповідно, 24 % – на жіночу. Пиво п'ють переважно чоловіки - дві третини чоловіків, а з жінок - одна третина.

Необхідно зазначити, що ця тенденція зберігається також відповідно до віку, хоча загалом цільова аудиторія споживачів напою молода. Приблизно 71 % пива споживають люди у віці від 21 до 29 років. Водночас до найбільш стриманішого сегмента споживачів можна віднести населення у віці 51-59 років – таких усього 3 % [1] (рис. 1.1).

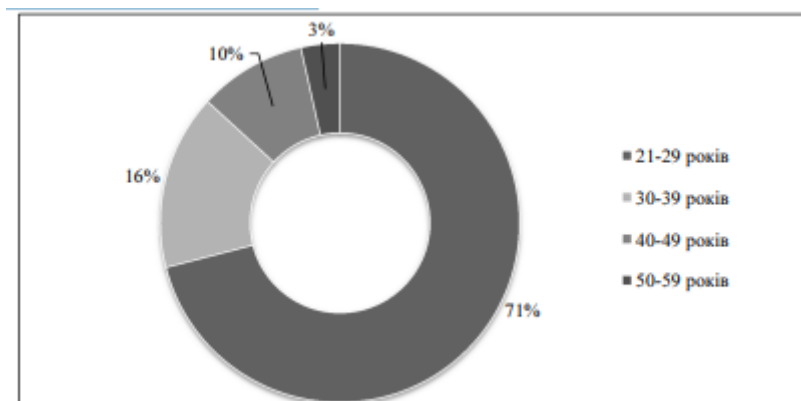


Рис. 1.1. Споживання пива в Україні за віковими категоріями, %[1]

Понад дві третини покупців пива мають дохід вище середнього: Тільки один з 25 українців п'є його щодня, інші вживають не так часто, від двох разів на тиждень і рідше. В основному пиво п'ють вдома.

Українці п'ють менше пива, ніж жителі інших країн, і коштують на одному з останніх місць по частоті вживання. Якщо в Чехії на душу населення

припадає 147 літрів пива в рік, то в Україні - лише 54 літра. Набагато більше у нас п'ють міцний алкоголь.

Споживачі пива насамперед орієнтуються на смакові якості. Дешеве і середнє за ціною пиво має приблизно однаковий об'ємом продажів - 43 і 37% покупців п'ють саме їх. Такі марки купуються в кіосках і магазинах «біля будинку», в гіпермаркетах.

Дороге ж пиво воліють лише 4% респондентів. Таке пиво купують в продуктових і спеціалізованих магазинах. У ресторанах і барах частіше замовляють пиво, ніж інші напої. Виробники преміум пива часто орієнтуються на ринок розливного пива в Україні, ніж на роздріб в гіпермаркетах.

Вітчизняний виробник пива «NewBrew» – це свіжий погляд на процес пивоваріння, новий потужний проект Групи Компаній «Нові Продукти», лідера на українському ринку напоїв, що знаменує собою амбітний старт на великому шляху в пивній категорії. В основу діяльності броварні з виробничою свідомістю нового зразка закладена ідея зробити високоякісне добірне пиво доступним для широкого кола споживачів. Інноваційна пивна компанія, що працює за визнаними світовими стандартами, спирається на декілька засадничих технологічних принципів: безумовна якість інгредієнтів, локальне походження складових, чесна та прозора технологія виробництва, нефільтрованість, відсутність штучних домішок та сурогатів. Саме так позиціонує себе на ринку України даний виробник пива.

Актуальним завданням даної роботи є проведення товарознавчого оцінювання пива з асортименту «NewBrew» з метою виявлення недоліків і переваг нового продукту.

Предмет дослідження – якісні характеристики пива виробника «NewBrew»;

Об'єкт дослідження- процес товарознавчого оцінювання якості пива.

Метою даної роботи є підвищення конкурентоспроможності пива ТП «NewBrew».

Для досягнення поставленої мети у роботі необхідно було вирішити такі завдання:

- провести аналіз вітчизняного та світового ринку пива;
- подати загальну характеристику підприємницької діяльності ТП «NewBrew»;
- вивчити асортимент продукції ТП «NewBrew»;
- навести методику проведення експертизи та товарознавчого оцінювання пива в умовах ТП «NewBrew»;
- провести товарознавче оцінювання пива з асортименту ТП «NewBrew» та проаналізувати результати проведених досліджень.